



# Qué hacemos, quiénes somos

Junio 2013

# ¿Como hacemos las cosas?



## Cifras de ventas, participación de mercado y valor

Participación  
de mercado\*

**93.7%**  
volumen

\* 2012

Volumen  
cerveza\*

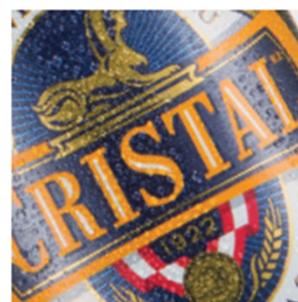
**11.9**  
Millones de  
hectolitros\*

\* 2012

Ventas totales  
netas\*

**S/. 3,467.2**  
millones

\* 2012



Participación  
de mercado\*

**95%**  
valor

\* 2012

Volumen otras  
bebidas\*

**2.0**  
Millones de  
hectolitros

\* 2012

Utilidad neta\*

**S/. 948.7**  
millones

\* 2012



# Presencia a nivel nacional



Plantas  
en todo  
el Perú



Planta Ate (Lima)

**6.1** millones hl

Capacidad de producción  
de cerveza, gaseosas  
y bebidas nutritivas



Planta Motupe  
(Lambayeque)

**3.4** millones hl

Capacidad de producción  
de cerveza, gaseosas  
y aguas

Planta Maltería (Ñaña, Lima)

**8,900 t**

Capacidad de producción  
de malta

**64,500 t**

Capacidad de procesamiento  
de maíz



Planta Cusco

**0.74** millones hl

Capacidad de producción  
de cerveza



Planta Arequipa

**1.56** millones hl

Capacidad de producción  
de cerveza

Planta San Juan  
(Pucallpa)

**1.05** millones hl

Capacidad de producción  
de cerveza

Planta San Mateo  
(Lima)

**1.5** millones hl

Capacidad de producción  
de gaseosas y aguas

## Puntos de venta a nivel nacional

Zona norte

**37,603**

puntos  
de venta

Zona oriente

**10,209**

puntos  
de venta



### Ingreso por zonas

Zona	Utilidad mensual por venta de cerveza	% de la canasta familiar
Lima	S/. 345	26%
Norte	S/. 393	39%
Centro	S/. 431	47%
Sur	S/. 798	95%
Oriente	S/. 789	77%

Más de **142 mil**  
puntos de venta  
en todo el país \*

Zona centro

**76,170**

puntos  
de venta

Zona sur

**18,076**

puntos  
de venta



Mayores  
ingresos para  
los **minoristas**

\* Al 2011

## Principales cifras de contribución al país

**+S/. 313 millones**  
en inversiones



En el año 2011, Backus ha realizado inversiones por más de S/. 313 millones, de los cuales S/. 77 millones se destinaron a provincias.

**+26%**  
representan  
nuestros productos  
en la canasta básica  
del minorista



**7,216**  
empleos  
generados\*



Backus genera 7,216 empleos directos en sus actividades de producción y distribución.



Nuestros productos representan más del 26% de la canasta básica del minorista a nivel nacional.

**S/. 2,224.1 millones**  
en pagos  
de impuestos



El pago de impuestos fue más de S/. 2,224.1 millones incluyendo el IGV, IR, ISC y otros aranceles.

**+S/. 19.8 millones**

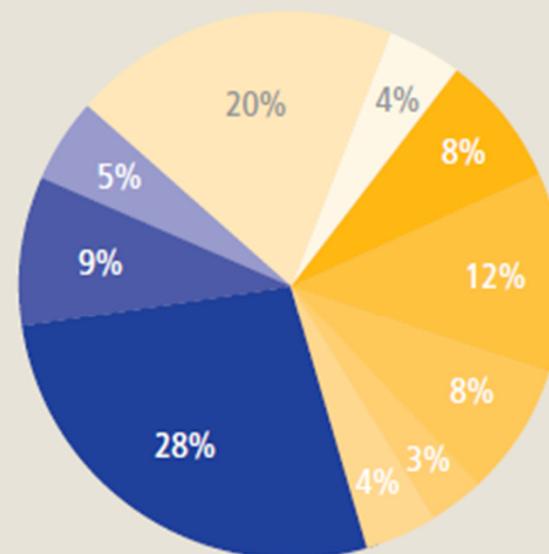
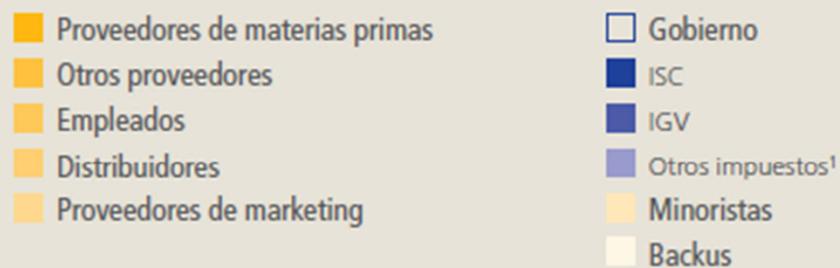


Inversión destinada a programas y eventos de promoción cultural, educativa y deportiva.



## Diversos beneficiarios en la cadena de valor

Cada hectolitro vendido se reparte entre:



<sup>1</sup> incluye Impuesto a la Renta, ITF, impuesto predial y aportes a ESSALUD.

## Nuestras 10 prioridades de Desarrollo Sostenible



Desalentar el consumo irresponsable



Reducir el consumo de agua



Reducir el consumo de energía y las emisiones de carbono



Re-usar y reciclar empaques



Trabajar hacia el 0 desperdicio en las operaciones



Apoyar el desarrollo empresarial y gestionar nuestra cadena de valor



Respetar los derechos humanos



Beneficiar a las comunidades en las que operamos



Contribuir con la reducción del VIH/SIDA en nuestra esfera de influencia



Ser transparentes al reportar nuestro progreso en estas tendencias ambientales y sociales

## **CASO DE ÉXITO**

# Bancarización del recaudo: Oportunidades y retos



## Modelos sostenibles en el tiempo enfoque ganar - ganar

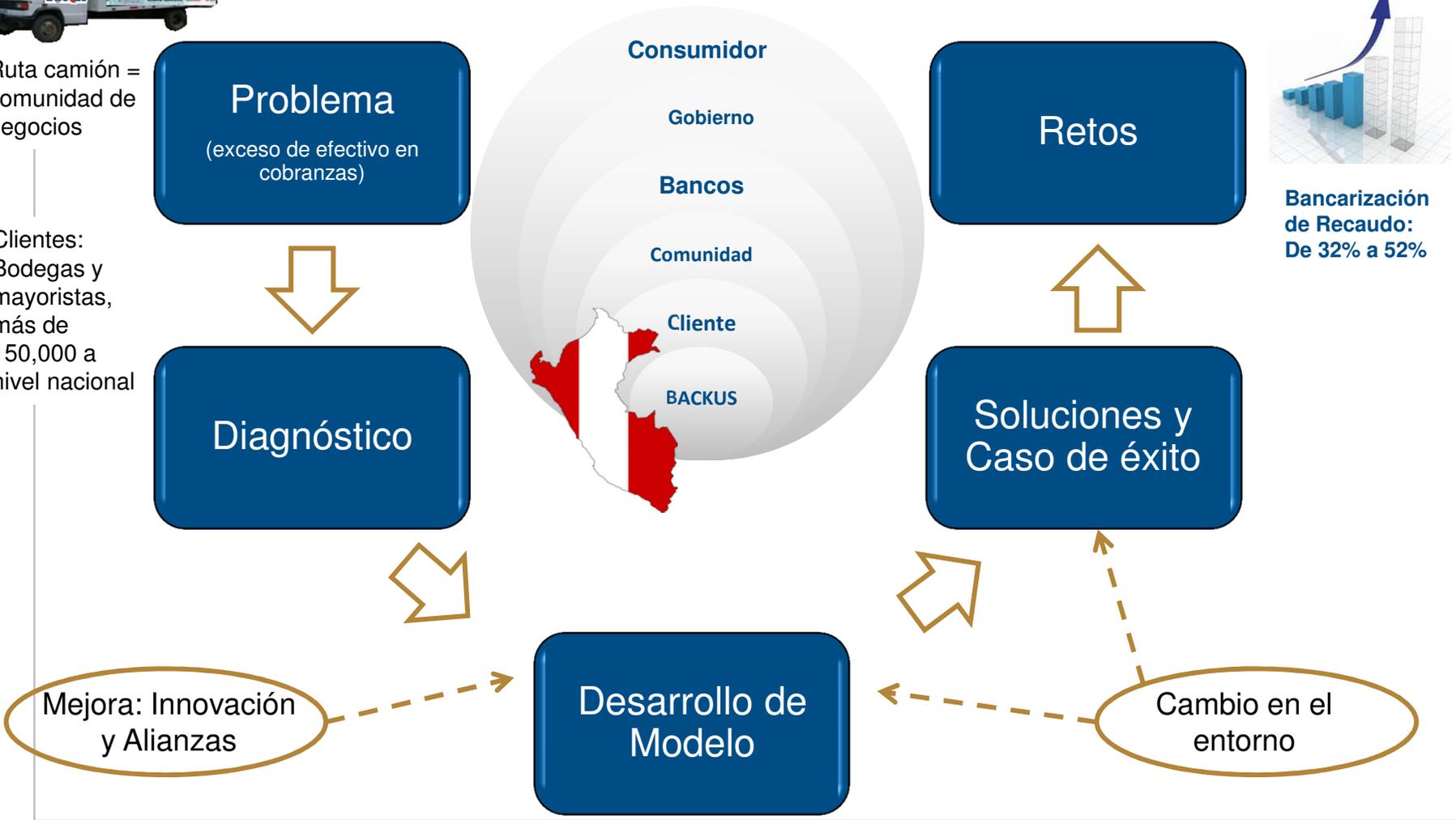


Ruta camión = comunidad de negocios

Clientes: Bodegas y mayoristas, más de 150,000 a nivel nacional



Bancarización de Recaudo:  
De 32% a 52%



# Bancarización del Recaudo



## Problemas

- Manejo de altos volúmenes de **efectivo en cobranza**.
- **Riesgo de asaltos** y daño al personal.
- **Ineficiencia en flota** de distribución por cobranzas en efectivo
- **Costos operativos** en el manejo y traslado del efectivo
- **Costos de seguridad**



## Diagnóstico

- Infraestructura y **cobertura bancaria baja**
- **Informalidad** del comercio
- **Inseguridad** ciudadana
- Clientes demandan **financiamiento**
- **Costos transaccionales**
- Ausencia de **cultura financiera**
- **Diferentes realidades en el Perú, lo cual impide tener una solución única.**

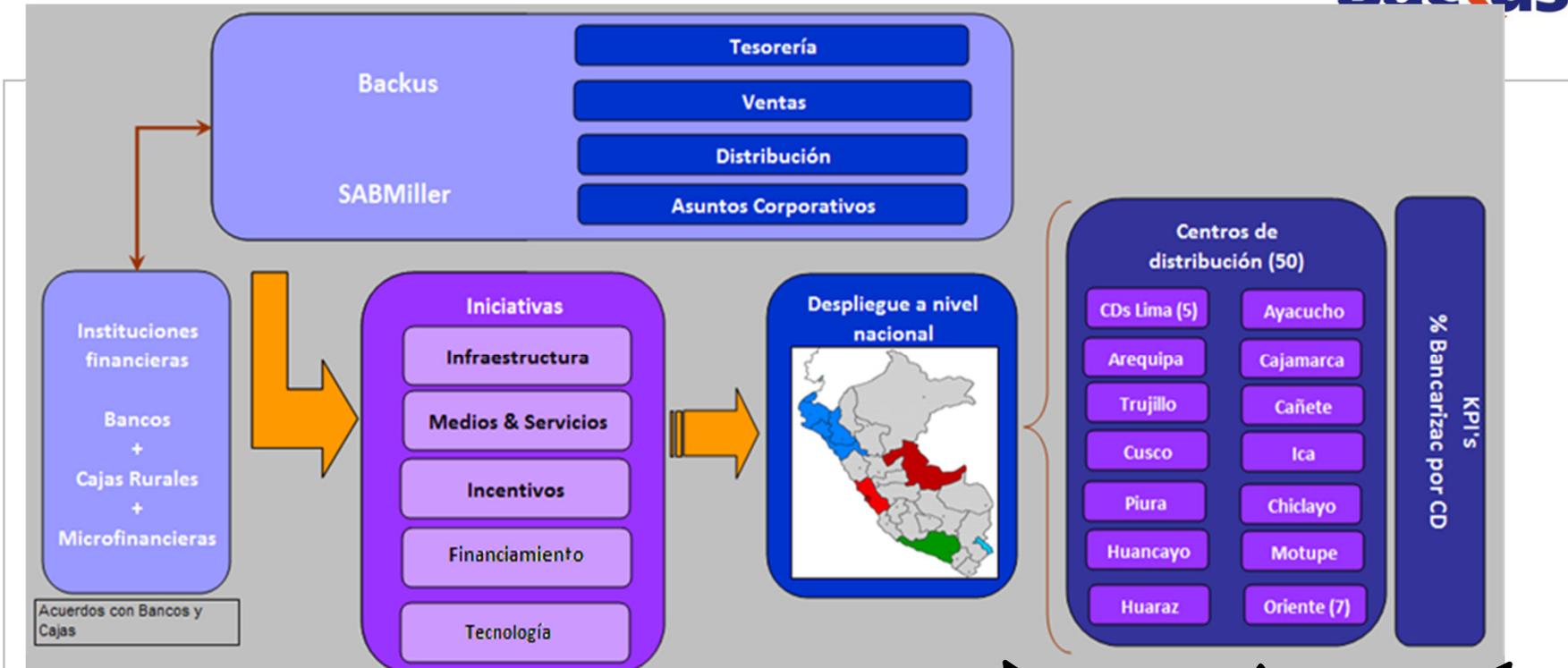


## Modelo

- Apalancamiento y **capacidad de negociación**
- Basado en el nivel de cobertura nacional que tiene la cervecería
- Modelo: Diagnóstico, Evaluación de Modelos, Análisis de Beneficios, Convocatoria a Bancos, Piloto, Lecciones aprendidas, Despliegue a nivel nacional.
- Desarrollo de soluciones **Win-win.**
- **Propiciar cambio de forma de operar**
- Visión de futuro (incluir nuevas **tecnologías** y tendencias)



# Modelo de Bancarización



Propuesta de valor

- Crear un ambiente
- Traer servicios financieros
- Ahorro en costos y riesgos

Enfoque desarrollado de

Beneficios para:

- Cervecería
- Clientes
- Comunidad

**Objetivo: DESMATERIALIZAR EL DINERO EN EL PROCESO DE COBRANZA**

Ideas Claves

- ✓ El acceso a los servicios bancarios aumenta la fuerza económica de los clientes.
- ✓ Oportunidad para los clientes de desarrollar nuevas fuentes de ingreso.
- ✓ Capacidad de negociación con la Banca

# Alcance de las Soluciones



	CLIENTES	COMUNIDAD	BANCOS	GOBIERNO	EMPRESA	CONSUMIDOR
Desarrollo de valor compartido	✓		✓		✓	
Desarrollo de capacidades clientes	✓	✓			✓	
Alianza estratégica pública		✓		✓	✓	
Propiciar infraestructura con palanca de Bacvus	✓	✓	✓		✓	✓
Servicios y Condiciones	✓		✓		✓	
Mesa de Cash			✓		✓	
Tecnología	✓	✓	✓	✓	✓	✓

# Casos de éxito: Acciones efectuadas



## 1.- PROPICIAR SERVICIOS Y CONDICIONES BANCARIAS PARA CLIENTES

### Actividad realizada:

Alianzas con la Banca, para negocios Ganar – Ganar.

### Resultados:

- 2,700 clientes en zonas rurales accedieron a créditos.
- Desembolsos de prestamos a POS
  - Monto: US\$ 30 millones.
  - Plazo promedio: 2 semana a 6 meses
  - Tasas: preferenciales por 30 MM USD desembolsados.
- Impacto positivo para la cervecería tanto en capital de trabajo como en mejora de la venta. 15%
- Otorga Tarjetas preferenciales a clientes:
  - 1,800 tarjetas de atención VIP
- Oportunidad de clientes para contar con cuentas de ahorros y otros

## 2.- PROPICIAR INFRAESTRUCTURA CON PALANCA NEGOCIO CERVECERO

### Actividad realizada:

Trabajo conjunto con la Banca para incremento de Red Recaudo cervecero a nivel Nacional. Búsqueda de zonas de recaudo cervecero y baja cobertura bancaria para acciones conjuntas.

### Resultados:

- Apertura de agencias bancarias en Bambamarca, Motupe, San Mateo.
- Incremento de 1,500 a 13,000 puntos bancarios (incluido agentes bancarios)
- Alianzas red de recaudos especiales, tales como Globokas agentes, Western Union, Hermes, Prosegur, otros como Microfinancieras.
- Acciones en zona sin oferta bancaria, en coordinación con Banco de la Nación.

# Casos de éxito: Acciones efectuadas



## 3.- Desarrollo Valor compartido

### Actividad realizadas:

- Sponsor de Clientes cerveceros (Bodegas de Backus) con los los bancos para convertirlos en Agente Bancarios

### Resultados:

- 1,283 clientes cerveceros convertidos en agentes bancarios
- Nuevo negocio e ingresos adicionales para clientes (bodegas)
- Impacto positivo en cervecería, mejora fidelidad cliente y pago a Backus en forma bancarizado

## 4.- Desarrollo de Capacidades Clientes

### Actividad realizada:

- Mapeo de zonas del Perú
- Programa de visita de zonas para capacitación de clientes (Tópicos formación de empresas, marketing, presupuesto y banca)

### Resultados:

- 2,300 clientes capacitados en bancarización e impuestos cerveceros en 70 zonas.
- Mejora fidelidad con los clientes, y facilidad para pago a Backus vía banco,

# Casos de éxito: Acciones efectuadas



## 5.- Modelos basados en tecnología y oportunidad mercado

### Actividad Realizada:

- Pilotos en billetera móvil – Scotiabank. Piloto
  - Lugar: Lima
  - Clientes: 1,000
- Piloto en cobranzas a través de POS – BBVA y Globokas.
  - Mecanismo: POS inalámbrico
  - Lugar: Sur Chico
  - Clientes: 1,300 clientes

### Resultados en ambos:

- Conectividad
- Aceptación cliente
- Facilidad en operadores
- Adicional: Aumento bancarización en zona de Pilotos y se encontró buenas oportunidades

## 6.- Desarrollo Mesa de Cash

### Actividad Realizada:

- Zonas deficitarias de efectivo en Bancos versus Oferta superavitaria de efectivo en Backus.
- Trading de efectivo en lugares alejados.
- Avances: con 3 entidades.

### Resultados:

- Ahorros de costo de traslado de dinero en ambas entidades

## 7.- Alianzas estratégicas públicas

### Actividad Realizada:

- Apoyo en servicios de pagaduría (provisión de efectivo de la zona) en proceso de Pago a programas sociales MIDIS.
- Necesidad de coordinar logística
- Piloto en Ayacucho - Pensión 65

### Resultado:

- Efectuó operación Piloto con éxito. Plan de trabajo 2,013

# Cronología

## 2011

- Alianza con Caja Nuestra Gente y otras entidades (ejemplo Globokas)
- Implementación de agencia bancaria Bambamarca, Motupe y San Mateo
- Capacitación a clientes
- Acuerdo con la Banca diferentes acciones

## 2013

- Apoyo de pagaduría programas sociales
- Implementación de cobranzas a través de dinero electrónico y POS

Virtual Cash S/.

20% de efectivo en cobranzas

## 2012

- Programa de Microcréditos USD 30 MM
- Alianza con Banco de la Nación
- Apertura de recaudación canal "agente bancario"
- Capacitación a clientes
- Programa de beneficios a clientes por bancarización

## 2010

- Diagnóstico de la situación inicial
- Elaboración de modelo de solución

Exceso de efectivo en cobranza en 60%

# Resultados de Bancarización



Incremento de **400%** de los puntos de recaudación de 1,723 a 8,625



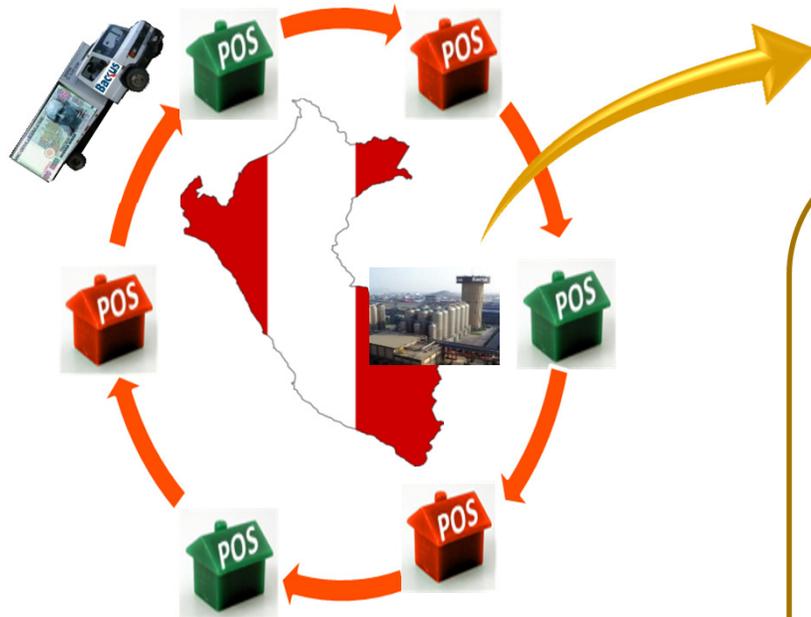
Incremento de **200%** en recaudo Mensual en zonas rurales de S/. 15 millones a S/. 45 millones

Más de **7,000** clientes involucrados

Incremento en cobro bancarizado de **32% a 52%**

Incremento de **63%** en transacciones mensuales de 19,000 a 31,000

**Ahorro de costos y desarrollo de clientes**



## Retos

- Generar y/o propiciar Economía de alcance en conjunto con otras entidades.
- Aprovechamiento en tecnología como modelo sostenible y generación de oportunidades.
- Ampliar alcance de las iniciativas en proceso generando mayor impacto.
- Extender buenas prácticas a nivel nacional.
- Seguir en la búsqueda de oportunidades de Negocio (ganar – ganar).
- Crear un ambiente favorable en el proceso de recaudación.
- Seguir con la disminución de costos y riesgos, e incrementar la eficiencia.

“El propósito de los negocios es crear y retener a los clientes”. P.D.



**¡Gracias!**